

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

УТВЕРЖДАЮ

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 2 от 20.09.2022

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

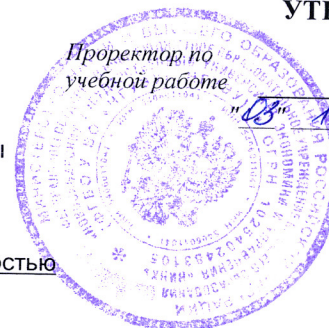
Проректор по
учебной работе

Родионова З.В.

"03" 10 2022г.

42.04.01

Реклама и связи с общественностью
Редакция 2022 года



Программа
магистратуры:

Рекламный бизнес и управление брендами

Кафедра:

Маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Факультет:

Корпоративной экономики и предпринимательства

Квалификация: Магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020

Форма обучения: Заочная форма


Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

Срок получения образования: 2 г. 5 м.

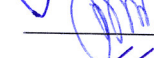
Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	организационно-управленческий
-	проектно-аналитический
-	научно-исследовательский

СОГЛАСОВАНО

Начальник учебного отдела

 / Зорина М.В./

И.о. декана факультета

 / Бабина Ю.В./

Зав. кафедрой

 / Шадрина Л.Ю./

Руководитель магистерской программы

 / Шадрина Л.Ю./

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б1.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б1.О.01	Коммуникационный менеджмент	УК-1; УК-6; ОПК-5
Б1.О.02	Моделирование текстов	УК-5; ОПК-1; ОПК-3
Б1.О.03	Рекламный маркетинг	УК-1; ОПК-7
Б1.О.04	Сайтостроение	УК-2; ОПК-6
Б1.О.05	Реклама и PR в интернете	УК-3; ОПК-2; ОПК-6
Б1.О.06	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах	УК-3; ОПК-2; ОПК-6
Б1.О.07	Составление научно-исследовательской документации	ОПК-4
Б1.О.08	Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями	ОПК-3; ОПК-4
Б1.О.09	Деловой иностранный язык	УК-4; УК-5; ОПК-1
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б1.В.01	Методика и техника маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью	УК-1; ПК-1
Б1.В.02	Рекламная графика	УК-6; ПК-4
Б1.В.03	Управление коммуникационным предприятием / отделом	УК-3; ПК-2
Б1.В.04	Юрислингвистическая экспертиза	УК-4; ПК-1
Б1.В.05	Практикум по разработке рекламного продукта	УК-2; ПК-1
Б1.В.06	Персональный брендинг	УК-6; ПК-4
Б1.В.07	Массовые коммуникации и медиапланирование	УК-1; ПК-1
Б1.В.08	Управление поведением потребителей	УК-5; ПК-2
Б1.В.09	Разработка и продвижение контента	УК-4; ПК-4
Б1.В.10	Бренд-менеджмент	УК-2; ПК-4
Б1.В.11	Управление конфликтами в организации	УК-3; УК-5; ПК-3
Б1.В.12	Манипулятивные технологии в бизнесе	УК-3; ПК-2
Б1.В.13	Управление капиталом бренда	УК-1; ПК-4
Б1.В.14	Репутация в информационном пространстве	УК-4; ПК-2
Б1.В.15	Управление коммуникационным проектом	УК-2; ПК-2; ПК-5
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	УК-4; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.01	Копирайтинг и нейминг	УК-4; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.02	Технологии управления общественным мнением	УК-4; ПК-4
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	УК-5; ПК-2
Б1.В.ДВ.02.01	Социально-психологические основы рекламной деятельности	УК-5; ПК-2
Б1.В.ДВ.02.02	Психология массовых коммуникаций	УК-5; ПК-2

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01 РиСО_РБиУБ_2020_з_ред.2022.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2020

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б2.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б2.О.01(П)	Профессионально-творческая практика	УК-1; УК-4; ОПК-1; ОПК-6
Б2.О.03(П)	Преддипломная практика	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-2; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б2.В.01(П)	Организационно-управленческая практика	УК-2; УК-3; ПК-2; ПК-3
Б2.В.02(П)	Научно-исследовательская работа	УК-1; УК-6; ПК-1
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
ФТД	Факультативы	УК-2
ФТД.01	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	УК-2
ФТД.02	Социальный маркетинг	УК-2

		Итого						Курс 1	Курс 2	Курс 3
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.%)	з.е.					
					Мин.	Макс.	Факт			
	Итого (с факультативами)				98		122	38	59	25
	Итого по ОП (без факультативов)				96		120	38	57	25
B1	Дисциплины (модули)	40%	60%	11.6%	60		72	31	40	1
B1.O	Обязательная часть						29	19	10	
B1.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						43	12	30	1
B2	Практика	31%	69%	0%	30		39	7	17	15
B2.O	Обязательная часть						12	1	2	9
B2.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						27	6	15	6
B3	Государственная итоговая аттестация				6	9	9			9
ФТД	Факультативы				2	10	2		2	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы					42.5	34.2	51.2	50.9
		в период гос. экзаменов								
	Контактная работа (акад.час/год)	обязательная					125	172	100	
		необязательная					12		12	
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					250	158	92	
		Блок Б2					28	14	12	2
		Блок Б3								
		Блок ФТД					12		12	
		Итого по всем блокам					290	172	116	2
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						3	8	2
		ЗАЧЕТ (За)						5	7	1
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						4	6	2
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)							2	1
		КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА (К)						10	15	
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					31.2%			
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)						34.2%			
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)						9.65%			